

DAFTAR PUSTAKA

- Ambari. Dita Tri, 2017, Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Death By Chocolate & Spageti Bogor, Skripsi, Institut Pertanian Bogor
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti. Mudji, 2014, Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Lesehan Joyo Taman Pinang, *Jurnal Bisnis Manajemen & Perbankan*, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
- Bramantio. Dio, 2013. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* Cafe My Kopi-O Surabaya Town Square, Universitas Kristen Petra, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1 No. 2
- Cahyani. Kartika Dwi, Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas, Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 49 No. 1
- Dewi. Purnama Shartika, Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan 7-Eleven, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty*. Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke Delapan. Jakarta: Kencana

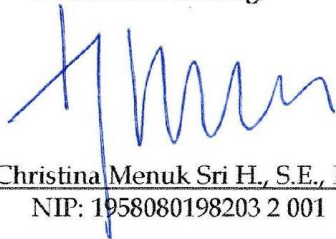
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kustini, 2007, Penerapan *Experiential Marketing*, UPN Veteran Jawa Timur, Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 7 No. 2
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan II. Jakarta: Indeks
- Nasyahta. Alifah, 2017, Pengaruh Struktur Modal dan Perputaran Modal Kerja terhadap Profitabilitas pada PT Kereta Api Indonesia, Skripsi, Universitas Pasundan Bandung
- Narimawati, Umi. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi, Bandung : Universitas Komputer Indonesia
- Novia. Vivi, 2012, Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* pada Pelanggan Restoran Koki Sunda di Pekanbaru, Universitas Riau, Jurnal Manajemen
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. Metode Penelitian Survei (Editor). Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality and Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- <https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/pengertian-pemasaran/>, diakses 10 Desember 2018, pukul 19.05
- https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surabaya, diakses 09 Desember 2018, pukul 24.45
- <https://jatim.bps.go.id>, diakses 09 Desember pukul, 24.40
- <https://www.hestanto.web.id/konsep-marketing-menurut-beberapa-pakar/>, diakses 10 Desember 2018, pukul 19.08

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 23 Juli 2019

Dosen Pembimbing,





Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., MM.

NIP: 1958080198203 2 001

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Indra Lestari
2. NIM : 151500055
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 07 November 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing Strategy* terhadap *Customer Loyalty* di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya
6. Dosen Pembimbing : Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., MM.
7. Konsultasi : 07 November 2018 – 22 Juli 2019

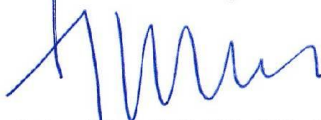
No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian / Kegiatan
1	07-11-2018		Identifikasi masalah dan tentukan judul
2	14-11-2018	 	Judul dibenahi & buat matriks
3	24-11-2018		Acc judul, revisi matrik
4	05-12-2018	 	Bab I & II revisi, Matrik Acc
5	12-12-2018		Bab I Acc, Bab II revisi, & buat Bab III
6	21-12-2018	 	Bab II & III Revisi
7	04-01-2019		Bab III acc, buat kuesioner
8	10-01-2019	 	Kuesioner revisi
9	26-01-2019		Kuesioner acc, Bab I & Bab III cek lagi

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian / Kegiatan
10	14-02-2019		Acc Seminar
11	19-02-2019		Seminar Proposal
12	27-06-2019		Bab IV & Bab V revisi
13	10-07-2019		Bab IV revisi
14	12-07-2019		Bab IV & Bab V revisi
15	15-07-2019		Bab IV & Bab V revisi, buat artikel
16	19-07-2019		Skripsi bagian awal cek lagi & artikel revisi
17	22-07-2019		Skripsi & Artikel acc

8. Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 22 Juli 2019
9. Telah Diuji Dengan Nilai :

Surabaya, 23 Juli 2019

Dosen Pembimbing,

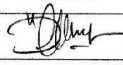


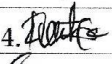
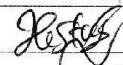


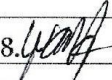





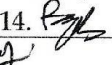

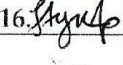




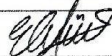




Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., MM.

NIP: 1958080198203 2 001

**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA SOTO KUDUS KEDAI TAMAN
DI SURABAYA**

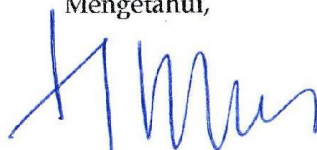
Nama : Indra Lestari
Program Studi/ Angkatan : Manajemen/ 2015
NIM : 151500055

NO.	NAMA	NIM	TTD
1.	M. Setiawan	15.150.0019	1. 
2.	Wiwik Purwanti	15.150.0020	2. 
3.	Karina Seker. S	15.150.0060	3. 
4.	Muhaini F.	15.150.0202	4. 
5.	Janetia Astrod	15.150.0077	5. 
6.	M. Rizaldi S.	15.150.0058	6. 
7.	Anyke Sumaryanti	15.150.0039	7. 
8.	Wahyu Prasetyo	15.150.0009	8. 
9.	DURROSOLIHAH	15.150.0085	9. 
10.	Ratnayu W	15.150.0204	10. 
11.	Inayah Fitriyah	15.150.0234	11. 
12.	LAILATI RUFIDAH	15.150.0213	12. 
13.	Alimatul Umroh	15.160.0207	13. 
14.	Sinta Ragil - M.	15.160.0238	14. 
15.	BAYU AJI	15.160.0092	15. 
16.	Ayu Fatimatuz Z	15.160.0267	16. 
17.	Hermi Amaran	15.160.0131	17. 
18.	Apriyanti	15.160.0149	18. 

NO.	NAMA	NIM	TTD
19.	EVA AGUSTIN	151600094	19. 
20.	Bayu A Krisna	161500569	20. 
21.	Sellah A.R	141600174	21. 
22.	YUNI SAPITRI	15-150-0052	22. 
23.	Ervy Lurnia	151500001	23. 
24.			24.
25.			25.
26.			26.
27.			27.
28.			28.
29.			29.
30.			30.

Surabaya, 19 Februari 2019

Mengetahui,



Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., MM.

NIP: 1958080198203 2 001

Matrik Penelitian

Pengaruh *Experiential Marketing Strategy* Terhadap *Customer Loyalty* di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya

Rumusan Masalah	Konsep	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Hipotesis Penelitian	Sumber Data	Populasi & Sampel	Teknik Pengambilan Data	Analisi Data	Daftar Pustaka
<p>1. Apakah <i>Sense/ Panca Indra</i> mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya?</p> <p>2. Apakah <i>Feel/ Perasaan</i> mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya?</p> <p>3. Apakah <i>Think/ Pikiran</i> mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya?</p> <p>4. Apakah <i>Act/ Tindakan</i> mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> di Soto Kudus Kedai</p>	<p><i>Experiential marketing</i> menjadi suatu gagasan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang dapat menyenangkan indra pelanggan, menyentuh hati pelanggan, menstimulasi pikiran pelanggan, serta terhubung dengan pelanggannya yang kemudian dapat menjadi penentu utama dalam mencapai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan</p>	<p>Variabel bebas :</p> <p>a. <i>Sense/ Panca Indra</i> (X₁)</p> <p>b. <i>Feel/ Perasaan</i> (X₂)</p> <p>c. <i>Think/ Pikiran</i> (X₃)</p> <p>d. <i>Act/ Tindakan</i> (X₄)</p> <p>e. <i>Relate/ Hubungan</i> (X₅)</p> <p>Variabel terikat: <i>Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan)</i></p>	<p>a. <i>Sense/ Panca Indra</i> (X₁) yaitu pengalaman yang sifatnya dapat dirasakan oleh kelima panca indra pelanggan dari mengkonsumsi produk atau jasa di Soto Kudus Kedai Taman</p> <p>b. <i>Feel/ Perasaan</i> (X₂) yaitu pengalaman yang sifatnya menyentuh perasaan dan emosi pelanggan dari mengkonsumsi produk atau jasa di Soto Kudus Kedai Taman</p> <p>c. <i>Think/ Pikiran</i> (X₃) yaitu pengalaman</p>	<p><i>Sense</i> (X₁) :</p> <p>a. Pengalaman melalui penglihatan atau mata</p> <p>b. Pengalaman melalui pendengaran atau telinga</p> <p>c. Pengalaman melalui sentuhan atau kulit</p> <p>d. Pengalaman melalui penciuman atau hidung</p> <p>e. Pengalaman melalui perasa atau lidah</p> <p><i>Feel</i> (X₂) :</p> <p>a. Pengalaman melalui perasaan</p> <p>b. Pengalaman melalui emosi</p> <p>c. Pengalaman melalui suasana hati</p> <p><i>Think</i> (X₃) :</p> <p>a. Pengalaman</p>	<p>1. Diduga bahwa <i>Sense/ Panca Indra</i> (X₁) berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya</p> <p>2. Diduga bahwa <i>Feel/ Perasaan</i> (X₂) berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya</p> <p>3. Diduga bahwa <i>Think/ Pikiran</i> (X₃) berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) di Soto Kudus Kedai</p>	<p>a. Data primer</p> <p>b. Data sekunder</p>	<p>Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang datang dan menikmati produk dari Soto Kudus Kedai Taman</p> <p>Sampel penelitian sebanyak 100 responden (Rumus Slovin)</p> <p>Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik <i>non probability</i> dengan mekanisme <i>accidental sampling</i>, dimana teknik penentuan sampel</p>	<p>a. Kuesioner</p> <p>b. Dokumentasi</p> <p>c. Studi Pustaka</p>	<p>Teknik analisis data yang digunakan:</p> <p>1. Uji Instrumen:</p> <p>a. Uji Validitas</p> <p>b. Uji Reliabilitas</p> <p>2. Uji Asumsi Klasik:</p> <p>a. Uji Normalitas Data</p> <p>b. Multikolinieritas</p> <p>c. Uji Autokorelasi</p> <p>d. Uji Heteroskedastisitas</p> <p>3. Analisis Regresi Linear Berganda</p> <p>4. Uji Hipotesis</p> <p>a. Uji t</p> <p>b. Uji F</p>	<p>Ambari. Dita Tri, 2017, Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran <i>Death By Chocolate & Spageti</i> Bogor, Skripsi, Institut Pertanian Bogor</p> <p>Cahyani. Kartika Dwi, Pengaruh Penerapan <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas, Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 49 No. 1</p>

Rumusan Masalah	Konsep	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Hipotesis Penelitian	Sumber Data	Populasi & Sampel	Teknik Pengambilan Data	Analisi Data	Daftar Pustaka
<p>Taman Surabaya ?</p> <p>5. Apakah <i>Relate/</i> Hubungan mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> Soto Kudus Kedai Taman di Surabaya?</p> <p>6.. Apakah <i>Sense, Feel, Think, Act, dan Relate</i> secara simultan mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya ?</p>			<p>yang mendorong pelanggan untuk berinteraksi secara kognitif atau secara kreatif dari mengkonsumsi produk atau jasa di Soto Kudus Kedai Taman</p> <p>d. <i>Act/</i> Tindakan (X_4) yaitu pengalaman secara fisik, pola perilaku, dan gaya hidup yang didapatkan konsumen dari mengkonsumsi produk atau jasa di Soto Kudus Kedai Taman</p> <p>e. <i>Relate/</i> Hubungan (X_5) yaitu pengalaman yang sifatnya mengaitkan individu dengan ruang lingkup sosial</p>	<p>melalui kejutan</p> <p>b. Pengalaman melalui intrik</p> <p>c. Pengalaman melalui provokasi</p> <p><i>Act</i> (X_4)</p> <p>a. Pengalaman melalui interaksi</p> <p>b. Pengalaman melalui aksi</p> <p>c. Pengalaman melalui gaya hidup</p> <p><i>Relate</i> (X_5)</p> <p>a. Pengalaman melalui idealisasi diri</p> <p>b. Pengalaman melalui kerja sama dengan pihak lain</p> <p><i>Customer Loyalty</i> (Y) :</p> <p>a. Melakukan pembelian secara teratur</p> <p>b. Merefereasikan kepada orang lain</p> <p>c. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing</p>	<p>Taman Surabaya</p> <p>4. Diduga bahwa <i>Act/</i> Tindakan (X_4) berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya</p> <p>5. Diduga bahwa <i>Relate/</i> Hubungan (X_5) berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya</p> <p>6. Diduga bahwa <i>Sense/</i> Panca Indra (X_1), <i>Feel/</i> Perasaan (X_2), <i>Think/</i> Pikiran (X_3), <i>Act/</i></p>		<p>berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel</p>		<p>Kustini, 2007, Penerapan <i>Experiential Marketing</i>, UPN Veteran Jawa Timur, Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 7 No. 2</p> <p>Novia. Vivi, 2012, Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Pelanggan Restoran Koki Sunda di Pekanbaru, Universitas Riau, Jurnal Manajemen</p>	

Rumusan Masalah	Konsep	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Hipotesis Penelitian	Sumber Data	Populasi & Sampel	Teknik Pengambilan Data	Analisi Data	Daftar Pustaka
			yang lebih luas yang didapatkan konsumen dari mengkonsumsi produk atau jasa di Soto Kudus Kedai Taman		Act/ Tindakan (X ₄), <i>Relate/</i> Hubungan (X ₃) secara simultan berpengaruh terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya					

Surabaya, 05 Desember 2018

Dosen Pembimbing,



Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., MM.

NIP: 1958080198203 2 001

Penulis,



Indra Lestari

NIM:151500055

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP
***CUSTOMER LOYALTY* PADA SOTO KUDUS KEDAI TAMAN**
DI SURABAYA

Kepada
Bapak/ Ibu/ Saudara/ i
Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian Skripsi yang berjudul
"Pengaruh Experiential Marketing Strategy terhadap Customer Loyalty di Soto Kudus Kedai Taman Surabaya", maka Saya :

Nama : Indra Lestari

NIM : 151500055

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/ Ibu/ Saudara/i merupakan pendapat pribadi sesuai dengan yang telah dialami.

Identitas dan keterangan yang telah diberikan akan dijaga kerahasiaannya, sehingga tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban karena hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi.

Atas kerjasama dan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, Saya ucapkan terimakasih.

Peneliti,



Indra Lestari

NIM: 151500055

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

3. Usia (tahun) :
 - a. 17 - 25
 - b. 26 - 35
 - c. 36 - 45
 - d. >45

4. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pegawai Negeri
 - e. Lain-lain

5. Pendidikan terakhir :
 - a. SMA
 - b. D3
 - c. Sarjana
 - d. SMP

6. Pendapatan per bulan :
 - a. < Rp 2.000.600
 - b. Rp 2.000.600 - Rp 4.000.600
 - c. Rp 4.000.001 - Rp 6.000.600
 - d. > Rp 6.000.600

A. PETUNJUK PENGISIAN

Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberi tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju : 1

TS = Tidak Setuju : 2

CS = Cukup Setuju : 3

S = Setuju : 4

SS = Sangat Setuju : 5

No	Sense (Panca Indra)	STS	S	CS	TS	SS
1	Desain exterior di Soto Kudus Kedai Taman terlihat menarik					
2	Kebersihan di Soto Kudus Kedai Taman sangat terjaga					
3	Alunan lagu di Soto Kudus Kedai Taman membuat suasana menjadi nyaman					
4	Alunan lagu di Soto Kudus Kedai Taman sangat menenangkan hati dan pikiran					
5	Konsep garden cafe di Soto Kudus Kedai Taman terasa sejuk dan segar					
6	Suhu ruangan di Soto Kudus Kedai Taman terasa nyaman					

No	Sense (Panca Indra)	STS	S	CS	TS	STS
7	Pengharum ruangan di Soto Kudus Kedai Taman yang harum dan segar					
8	Aroma makanan di Soto Kudus Kedai Taman dapat membangkitkan selera makan					
9	Rasa makanan yang disajikan di Soto Kudus Kedai Taman terasa enak dan lezat					
10	Minuman yang ditawarkan di Soto Kudus Kedai Taman memiliki rasa yang khas					

No	Feel (Perasaan)	STS	S	CS	TS	STS
1	Soto Kudus Kedai Taman menyajikan makanan dan minuman dengan kualitas terjamin					
2	Fasilitas Soto Kudus Kedai Taman (wifi, toilet, parkir, dll) menambah kenyamanan untuk berlama-lama di Soto Kudus Kedai Taman					
3	Pramusaji di Soto Kudus Kedai Taman memiliki pelayanan cepat dan tepat					

No	<i>Feel (Perasaan)</i>	STS	S	CS	TS	STS
4	Metode pembayaran di Soto Kudus Kedai Taman sangat mudah					
5	Pramusaji di Soto Kudus Kedai Taman ramah dan sopan					
6	Pramusaji di Soto Kudus Kedai Taman menjaga penampilannya agar tetap bersih dan rapi dalam melayani					

No	<i>Think (Pikiran)</i>	STS	S	CS	TS	STS
1	Soto Kudus Kedai Taman memberikan bonus berupa makanan pada nominal pembelian tertentu					
2	Soto Kudus Kedai Taman memberikan diskon bagi konsumen yang memiliki <i>member card</i> Soto Kudus Kedai Taman					
3	Lokasi Soto Kudus Kedai Taman strategis dan mudah dijangkau					
4	Promosi atau iklan Soto Kudus Kedai Taman melalui <i>social media</i> menarik dan kreatif					

No	<i>Think (Pikiran)</i>	STS	S	CS	TS	STS
5	Soto Kudus Kedai Taman memberikan paket hemat yang ekonomis untuk konsumen					
6	Harga yang ditawarkan Soto Kudus Kedai Taman sesuai dengan kualitas produk yang diberikan					

No	<i>Act (Tindakan)</i>	STS	S	CS	TS	STS
1	Pramusaji di Soto Kudus Kedai Taman komunikatif dengan konsumen					
2	Informasi seputar produk dari Soto Kudus Kedai Taman dapat diakses melalui <i>website, social media</i> , dan lain-lain					
3	Soto Kudus Kedai Taman memberikan promo-promo menarik kepada konsumen					
4	Soto Kudus Kedai Taman memberikan pelayanan <i>free delivery</i> dengan minimum pembelian yang telah ditentukan					
5	Soto Kudus Kedai Taman sangat cocok sebagai tempat yang tepat untuk berkumpul dengan					

No	Act (Tindakan)	STS	S	CS	TS	STS
	keluarga, teman, maupun kerabat					
6	Soto Kudus Kedai Taman memiliki <i>spot</i> foto yang menarik dan unik					

No	Relate (Hubungan)	STS	S	CS	TS	STS
1	Selera konsumen sesuai dengan menu-menu yang disajikan di Soto Kudus Kedai Taman					
2	Soto Kudus Kedai Taman selalu menganggapi komplain dalam bentuk saran dan kritik					
3	Soto Kudus Kedai Taman sangat cocok sebagai tempat yang tepat untuk <i>meeting</i> , acara ulang tahun, ataupun <i>event-event</i> yang lainnya					
4	Soto Kudus Kedai Taman memberikan kemudahan dalam pemesanan melalui fasilitas Gojek					

No	Customer Loyalty	STS	S	CS	TS	STS
1	Saya bersedia untuk datang kembali ke Soto Kudus Kedai Taman					

No	<i>Customer Loyalty</i>	STS	S	CS	TS	STS
2	Saya bersedia untuk melakukan pembelian secara terus-menerus di Soto Kudus Kedai Taman					
3	Saya akan mereferensikan Soto Kudus Kedai Taman kepada orang lain					
4	Saya sering menceritakan kemudahan dan keunggulan dari layanan Soto Kudus Kedai Taman kepada orang lain					
5	Saya memprioritaskan Soto Kudus Kedai Taman sebagai pilihan utama tempat makan					
6	Saya tidak akan beralih ke rumah makan lain selain Soto Kudus Kedai Taman					

Sense/ Panca Indra (X₁)

No. Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Jumlah	Rata-rata
1	2	3	2	3	3	4	2	2	4	4	29.00	2.90
2	4	5	2	2	2	4	4	4	4	5	36.00	3.60
3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	35.00	3.50
4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	5	42.00	4.20
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42.00	4.20
6	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	38.00	3.80
7	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	40.00	4.00
8	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	25.00	2.50
9	3	5	3	3	2	5	2	3	4	5	35.00	3.50
10	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	39.00	3.90
11	2	4	2	2	2	3	2	3	2	3	25.00	2.50
12	2	3	4	2	4	2	2	3	4	4	30.00	3.00
13	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	41.00	4.10
14	5	3	4	3	3	3	5	4	3	4	37.00	3.70
15	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45.00	4.50
16	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	38.00	3.80
17	4	5	3	3	3	4	4	4	5	5	40.00	4.00

No. Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Jumlah	Rata-rata
18	2	5	2	4	3	5	4	2	4	4	35.00	3.50
19	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	30.00	3.00
20	3	5	3	3	3	4	3	3	4	5	36.00	3.60
21	3	5	3	2	3	5	2	3	5	4	35.00	3.50
22	3	2	2	4	2	2	2	2	2	3	24.00	2.40
23	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	36.00	3.60
24	5	4	3	5	5	5	3	5	4	4	43.00	4.30
25	4	3	4	5	5	3	5	5	3	3	40.00	4.00
26	3	5	3	5	3	4	5	3	4	4	39.00	3.90
27	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	36.00	3.60
28	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	33.00	3.30
29	2	5	2	3	2	4	3	3	5	5	34.00	3.40
30	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	45.00	4.50
31	3	4	2	2	3	5	3	3	5	4	34.00	3.40
32	4	5	2	3	2	3	4	2	3	4	32.00	3.20
33	4	4	3	3	4	2	3	4	2	2	31.00	3.10
34	3	4	4	5	5	4	5	4	2	4	40.00	4.00

No. Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Jumlah	Rata-rata
35	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	45.00	4.50
36	5	3	5	3	4	4	4	5	4	3	40.00	4.00
37	4	4	3	3	4	5	4	3	4	5	39.00	3.90
38	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	34.00	3.40
39	3	3	3	2	3	4	2	3	3	5	31.00	3.10
40	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42.00	4.20
41	2	4	2	2	2	4	3	3	3	4	29.00	2.90
42	2	4	3	3	2	5	4	4	5	4	36.00	3.60
43	3	3	4	4	3	3	4	4	3	5	36.00	3.60
44	4	3	4	4	5	2	4	4	3	4	37.00	3.70
45	5	3	5	4	5	4	4	4	3	3	40.00	4.00
46	3	5	3	4	5	5	5	4	4	4	42.00	4.20
47	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	33.00	3.30
48	4	4	3	2	2	4	2	3	5	4	33.00	3.30
49	3	4	2	3	3	4	3	2	4	4	32.00	3.20
50	3	5	3	3	3	4	3	3	5	3	35.00	3.50
51	2	4	3	3	2	5	2	3	5	5	34.00	3.40
52	3	3	2	4	4	3	4	2	3	4	32.00	3.20

No. Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Jumlah	Rata-rata
53	3	5	3	4	3	4	3	4	5	4	38.00	3.80
54	3	5	4	4	3	4	3	3	5	4	38.00	3.80
55	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	43.00	4.30
56	4	4	5	3	5	2	4	3	4	4	38.00	3.80
57	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	38.00	3.80
58	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	36.00	3.60
59	2	4	2	2	3	5	2	3	5	4	32.00	3.20
60	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	46.00	4.60
61	2	3	3	3	2	3	3	2	5	3	29.00	2.90
62	3	5	3	2	3	5	4	3	4	5	37.00	3.70
63	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37.00	3.70
64	3	5	5	5	3	4	3	4	5	5	42.00	4.20
65	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41.00	4.10
66	5	3	5	4	4	4	3	3	2	4	37.00	3.70
67	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37.00	3.70
68	4	4	2	3	3	4	3	4	4	5	36.00	3.60
69	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	30.00	3.00

No. Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Jumlah	Rata-rata
70	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43.00	4.30
71	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	34.00	3.40
72	2	5	2	3	3	3	3	2	4	3	30.00	3.00
73	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	38.00	3.80
74	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	37.00	3.70
75	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43.00	4.30
76	4	5	3	4	5	5	4	4	3	4	41.00	4.10
77	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37.00	3.70
78	2	3	2	4	3	3	2	4	2	4	29.00	2.90
79	2	5	3	2	3	5	2	2	4	5	33.00	3.30
80	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32.00	3.20
81	2	5	2	2	2	5	3	2	4	4	31.00	3.10
82	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	36.00	3.60
83	3	5	3	3	4	4	3	4	5	3	37.00	3.70
84	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	40.00	4.00
85	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	41.00	4.10
86	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	39.00	3.90
87	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36.00	3.60

Feel/ Perasaan (X₂)

No. Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah	Rata-rata
1	2	2	3	2	3	3	15.00	2.50
2	2	4	3	3	3	3	18.00	3.00
3	3	4	3	4	4	3	21.00	3.50
4	4	5	4	3	5	4	25.00	4.17
5	5	5	4	5	5	4	28.00	4.67
6	3	4	5	5	5	5	27.00	4.50
7	3	3	3	3	4	3	19.00	3.17
8	3	3	3	2	3	4	18.00	3.00
9	3	2	3	3	3	2	16.00	2.67
10	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
11	3	2	3	2	3	2	15.00	2.50
12	2	2	3	2	2	3	14.00	2.33
13	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
14	4	5	5	3	3	3	23.00	3.83
15	4	5	4	4	5	4	26.00	4.33
16	4	4	3	3	4	4	22.00	3.67
17	3	3	3	4	4	3	20.00	3.33
18	2	3	2	2	4	2	15.00	2.50
19	3	2	3	2	2	3	15.00	2.50
20	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
21	2	3	2	3	2	2	14.00	2.33
22	4	3	2	3	3	3	18.00	3.00
23	4	4	4	3	4	3	22.00	3.67
24	4	4	5	3	5	3	24.00	4.00
25	5	4	5	5	5	4	28.00	4.67
26	4	3	5	5	3	5	25.00	4.17
27	4	3	4	3	4	4	22.00	3.67
28	4	3	3	2	3	2	17.00	2.83

No. Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah	Rata-rata
29	3	2	2	2	2	3	14.00	2.33
30	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
31	2	3	3	3	2	2	15.00	2.50
32	4	4	2	2	4	4	20.00	3.33
33	3	4	4	4	3	4	22.00	3.67
34	4	5	5	5	3	4	26.00	4.33
35	4	5	5	5	4	4	27.00	4.50
36	3	4	5	4	3	4	23.00	3.83
37	4	4	3	4	3	4	22.00	3.67
38	4	3	4	2	3	2	18.00	3.00
39	2	3	3	2	2	3	15.00	2.50
40	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
41	3	2	3	3	2	3	16.00	2.67
42	2	4	2	3	3	2	16.00	2.67
43	4	4	4	4	3	4	23.00	3.83
44	4	5	3	5	3	3	23.00	3.83
45	5	4	5	5	4	5	28.00	4.67
46	3	3	3	5	4	3	21.00	3.50
47	3	3	3	4	4	3	20.00	3.33
48	2	3	4	2	4	4	19.00	3.17
49	3	2	3	2	2	2	14.00	2.33
50	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
51	3	2	2	2	2	2	13.00	2.17
52	2	3	2	3	2	3	15.00	2.50
53	4	3	3	3	3	4	20.00	3.33
54	3	5	4	3	3	3	21.00	3.50
55	5	5	5	4	4	5	28.00	4.67
56	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
57	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00

No. Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah	Rata-rata
58	3	3	4	4	2	4	20.00	3.33
59	3	2	3	3	3	2	16.00	2.67
60	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
61	2	2	3	3	2	2	14.00	2.33
62	3	3	2	4	3	3	18.00	3.00
63	3	4	3	3	3	3	19.00	3.17
64	5	4	5	3	3	4	24.00	4.00
65	4	5	4	4	5	4	26.00	4.33
66	3	5	3	3	4	5	23.00	3.83
67	3	4	4	4	3	3	21.00	3.50
68	2	4	2	3	4	2	17.00	2.83
69	3	2	2	3	2	2	14.00	2.33
70	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
71	2	3	3	3	2	2	15.00	2.50
72	2	2	2	3	4	3	16.00	2.67
73	4	4	4	4	3	3	22.00	3.67
74	4	3	5	3	3	5	23.00	3.83
75	5	4	5	5	5	5	29.00	4.83
76	5	5	3	3	4	3	23.00	3.83
77	4	4	3	4	3	3	21.00	3.50
78	4	4	3	2	2	2	17.00	2.83
79	2	3	2	3	3	2	15.00	2.50
80	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
81	2	2	3	2	3	3	15.00	2.50
82	2	2	3	3	2	3	15.00	2.50
83	3	4	4	3	3	4	21.00	3.50
84	3	3	4	3	4	5	22.00	3.67
85	4	5	5	4	4	4	26.00	4.33
86	3	5	5	5	4	5	27.00	4.50

Think/ Pikiran (X₃)

No. Res	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah	Rata-rata
1	3	4	3	2	4	3	19.00	3.17
2	2	3	2	2	4	2	15.00	2.50
3	4	5	4	3	4	4	24.00	4.00
4	5	5	4	4	5	5	28.00	4.67
5	4	4	3	4	4	4	23.00	3.83
6	5	5	5	5	5	4	29.00	4.83
7	4	4	5	4	5	5	27.00	4.50
8	2	2	2	1	2	1	10.00	1.67
9	3	3	4	4	3	3	20.00	3.33
10	5	4	5	5	5	5	29.00	4.83
11	1	2	2	1	2	2	10.00	1.67
12	4	3	4	4	2	4	21.00	3.50
13	4	5	4	5	4	5	27.00	4.50
14	3	4	4	4	3	3	21.00	3.50
15	5	5	4	5	5	5	29.00	4.83
16	4	4	5	5	4	5	27.00	4.50
17	4	3	2	3	3	3	18.00	3.00
18	4	2	4	3	4	4	21.00	3.50
19	4	3	4	4	3	4	22.00	3.67
20	3	2	2	3	2	3	15.00	2.50
21	4	3	3	3	3	4	20.00	3.33
22	4	3	2	4	4	3	20.00	3.33
23	3	3	2	3	3	4	18.00	3.00
24	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
25	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
26	3	3	3	4	4	2	19.00	3.17
27	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
28	4	4	4	4	5	4	25.00	4.17

No. Res	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah	Rata-rata
29	2	2	2	2	2	2	12.00	2.00
30	4	4	4	4	5	5	26.00	4.33
31	3	3	4	3	4	4	21.00	3.50
32	2	2	2	3	3	2	14.00	2.33
33	5	4	4	4	4	4	25.00	4.17
34	5	5	4	4	5	4	27.00	4.50
35	5	4	3	4	5	3	24.00	4.00
36	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
37	5	5	4	4	3	5	26.00	4.33
38	3	2	3	3	2	2	15.00	2.50
39	3	4	3	3	4	3	20.00	3.33
40	4	5	5	5	5	5	29.00	4.83
41	2	2	2	2	2	1	11.00	1.83
42	4	4	4	3	4	3	22.00	3.67
43	4	5	4	5	4	5	27.00	4.50
44	5	4	3	3	4	3	22.00	3.67
45	5	5	4	4	5	5	28.00	4.67
46	4	5	5	5	5	5	29.00	4.83
47	2	3	4	2	3	3	17.00	2.83
48	2	4	4	4	3	3	20.00	3.33
49	4	3	4	3	4	3	21.00	3.50
50	2	3	3	2	2	3	15.00	2.50
51	2	3	4	3	4	3	19.00	3.17
52	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
53	4	3	2	2	3	3	17.00	2.83
54	4	4	4	4	3	5	24.00	4.00
55	5	4	4	4	4	4	25.00	4.17
56	4	4	3	3	4	3	21.00	3.50
57	3	4	3	3	3	3	19.00	3.17

No. Res	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah	Rata-rata
58	4	5	4	4	4	4	25.00	4.17
59	2	2	2	2	1	2	11.00	1.83
60	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
61	3	4	3	2	4	4	20.00	3.33
62	3	2	2	3	2	3	15.00	2.50
63	5	5	4	4	3	5	26.00	4.33
64	4	5	4	5	5	5	28.00	4.67
65	3	4	4	3	3	4	21.00	3.50
66	4	5	5	5	5	4	28.00	4.67
67	4	4	5	4	4	5	26.00	4.33
68	3	3	3	2	3	2	16.00	2.67
69	4	3	3	3	3	4	20.00	3.33
70	5	5	4	5	5	5	29.00	4.83
71	3	3	2	2	2	3	15.00	2.50
72	3	4	3	3	3	3	19.00	3.17
73	4	5	4	4	4	5	26.00	4.33
74	3	3	4	3	3	4	20.00	3.33
75	5	4	4	4	4	4	25.00	4.17
76	5	4	5	5	5	5	29.00	4.83
77	4	3	3	3	3	3	19.00	3.17
78	3	4	4	4	3	3	21.00	3.50
79	3	3	3	4	3	3	19.00	3.17
80	3	2	3	2	3	2	15.00	2.50
81	3	3	2	3	3	3	17.00	2.83
82	4	3	4	4	5	5	25.00	4.17
83	3	3	2	3	3	3	17.00	2.83
84	5	4	4	4	4	5	26.00	4.33
85	4	5	5	4	5	5	28.00	4.67
86	3	3	3	4	3	3	19.00	3.17

Act/ Tindakan (X₄)

No. Res	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Jumlah	Rata-rata
1	2	3	3	3	2	3	16.00	2.67
2	3	4	4	2	3	4	20.00	3.33
3	3	4	3	3	4	4	21.00	3.50
4	4	3	5	4	3	4	23.00	3.83
5	4	4	5	4	4	4	25.00	4.17
6	3	3	4	4	5	3	22.00	3.67
7	3	4	3	3	4	4	21.00	3.50
8	2	4	3	3	2	2	16.00	2.67
9	2	3	2	3	3	2	15.00	2.50
10	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
11	3	3	3	2	3	2	16.00	2.67
12	4	3	3	4	3	2	19.00	3.17
13	4	4	4	3	3	4	22.00	3.67
14	4	5	4	5	4	4	26.00	4.33
15	5	5	5	5	4	5	29.00	4.83
16	3	3	5	4	5	3	23.00	3.83
17	3	4	3	3	3	3	19.00	3.17
18	2	2	4	2	4	2	16.00	2.67
19	3	3	2	3	3	2	16.00	2.67
20	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
21	3	2	2	2	3	3	15.00	2.50
22	3	2	2	3	4	2	16.00	2.67
23	3	3	4	3	3	3	19.00	3.17
24	4	5	3	4	4	3	23.00	3.83
25	5	4	4	5	5	5	28.00	4.67
26	3	4	5	3	5	5	25.00	4.17
27	3	3	3	3	4	4	20.00	3.33
28	3	3	2	3	3	4	18.00	3.00

No. Res	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Jumlah	Rata-rata
29	2	3	3	2	3	3	16.00	2.67
30	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
31	2	3	2	2	3	3	15.00	2.50
32	3	2	2	4	3	3	17.00	2.83
33	3	4	4	4	3	4	22.00	3.67
34	3	3	3	3	3	5	20.00	3.33
35	4	5	4	4	4	5	26.00	4.33
36	4	5	5	5	4	4	27.00	4.50
37	3	4	3	3	3	4	20.00	3.33
38	3	3	2	2	2	4	16.00	2.67
39	3	3	2	2	3	3	16.00	2.67
40	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
41	3	3	2	2	2	2	14.00	2.33
42	3	2	4	2	4	2	17.00	2.83
43	4	4	3	3	3	3	20.00	3.33
44	5	5	5	3	4	5	27.00	4.50
45	5	4	4	4	5	4	26.00	4.33
46	4	5	3	4	4	5	25.00	4.17
47	3	4	4	3	3	3	20.00	3.33
48	3	4	2	4	3	2	18.00	3.00
49	3	2	3	2	2	2	14.00	2.33
50	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
51	2	3	3	2	3	2	15.00	2.50
52	4	3	4	2	4	2	19.00	3.17
53	4	4	3	4	4	4	23.00	3.83
54	4	5	4	3	3	3	22.00	3.67
55	5	4	5	5	4	4	27.00	4.50
56	3	5	3	5	3	4	23.00	3.83
57	3	3	4	4	3	3	20.00	3.33

No. Res	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Jumlah	Rata-rata
58	4	2	4	4	3	2	19.00	3.17
59	2	2	3	2	3	3	15.00	2.50
60	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
61	3	2	3	3	2	3	16.00	2.67
62	2	4	4	4	2	4	20.00	3.33
63	4	4	3	3	4	4	22.00	3.67
64	3	5	5	3	5	3	24.00	4.00
65	4	4	4	5	5	4	26.00	4.33
66	3	4	5	3	3	4	22.00	3.67
67	3	4	4	4	3	4	22.00	3.67
68	3	4	2	3	2	4	18.00	3.00
69	3	3	2	2	2	2	14.00	2.33
70	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
71	3	2	2	3	2	3	15.00	2.50
72	3	4	2	4	3	4	20.00	3.33
73	4	4	3	4	3	3	21.00	3.50
74	4	4	3	5	4	4	24.00	4.00
75	5	4	4	5	5	5	28.00	4.67
76	4	5	3	3	5	5	25.00	4.17
77	4	4	3	3	3	3	20.00	3.33
78	4	2	2	4	3	2	17.00	2.83
79	3	2	3	3	3	3	17.00	2.83
80	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
81	3	2	3	3	3	3	17.00	2.83
82	2	2	3	4	4	4	19.00	3.17
83	3	3	3	3	4	4	20.00	3.33
84	4	3	5	4	5	4	25.00	4.17
85	4	5	4	5	4	5	27.00	4.50
86	4	3	5	3	4	3	22.00	3.67

Relate/ Hubungan (X₅)

No. Res	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
1	2	2	3	3	28.67	4.78
2	3	2	4	2	34.33	5.72
3	3	4	4	4	39.50	6.58
4	5	5	3	3	42.83	7.14
5	4	4	5	5	47.17	7.86
6	5	4	4	5	43.67	7.28
7	3	4	3	4	38.50	6.42
8	4	2	2	2	28.67	4.78
9	3	2	2	2	26.50	4.42
10	4	4	4	4	44.00	7.33
11	3	3	3	3	30.67	5.11
12	4	3	3	4	36.17	6.03
13	3	3	4	4	39.67	6.61
14	4	4	4	5	47.33	7.89
15	4	5	4	4	50.83	8.47
16	5	4	3	4	42.83	7.14
17	3	3	3	4	35.17	5.86
18	3	3	3	3	30.67	5.11
19	2	2	2	2	26.67	4.44
20	3	3	3	3	33.00	5.50
21	3	3	3	3	29.50	4.92
22	4	3	2	4	31.67	5.28
23	3	4	4	4	37.17	6.19
24	3	4	3	3	39.83	6.64
25	4	4	4	5	49.67	8.28
26	4	4	4	5	46.17	7.69
27	4	3	3	4	37.33	6.22
28	4	4	4	2	35.00	5.83

No. Res	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
29	2	3	3	2	28.67	4.78
30	5	5	5	5	55.00	9.17
31	2	2	2	2	25.50	4.25
32	3	2	3	2	29.83	4.97
33	3	4	4	4	40.67	6.78
34	4	5	5	4	41.33	6.89
35	4	5	4	4	47.33	7.89
36	5	4	4	4	48.50	8.08
37	4	4	3	4	38.33	6.39
38	3	2	3	2	28.67	4.78
39	2	2	2	3	27.67	4.61
40	4	4	4	4	44.00	7.33
41	3	2	3	3	27.33	4.56
42	3	2	3	3	30.83	5.14
43	3	4	3	4	37.33	6.22
44	4	5	5	5	50.50	8.42
45	5	4	4	5	48.33	8.06
46	4	4	4	4	45.17	7.53
47	4	3	3	4	37.33	6.22
48	2	3	2	3	31.00	5.17
49	2	3	2	3	26.33	4.39
50	3	3	3	3	33.00	5.50
51	3	3	3	3	29.50	4.92
52	2	4	3	4	35.17	5.86
53	3	3	4	3	39.83	6.64
54	4	4	4	4	41.67	6.94
55	5	4	4	4	48.50	8.08
56	5	3	5	5	44.83	7.47
57	3	3	3	3	35.33	5.89

No. Res	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
58	3	3	4	3	35.17	5.86
59	3	2	2	3	27.50	4.58
60	5	5	5	5	55.00	9.17
61	3	2	3	2	28.67	4.78
62	2	3	2	2	32.33	5.39
63	3	4	5	3	40.67	6.78
64	4	3	4	4	43.00	7.17
65	4	5	4	5	48.33	8.06
66	4	3	4	4	40.67	6.78
67	3	3	4	3	13.00	3.25
68	3	2	2	3	10.00	2.50
69	3	2	2	3	10.00	2.50
70	4	4	4	4	16.00	4.00
71	2	3	3	3	11.00	2.75
72	2	2	2	2	8.00	2.00
73	4	3	3	4	14.00	3.50
74	4	3	5	4	16.00	4.00
75	4	5	5	4	18.00	4.50
76	5	4	4	5	18.00	4.50
77	3	4	4	3	14.00	3.50
78	2	4	2	3	11.00	2.75
79	2	3	2	2	9.00	2.25
80	3	3	3	3	12.00	3.00
81	2	2	3	2	9.00	2.25
82	3	2	4	4	13.00	3.25
83	3	3	4	4	14.00	3.50
84	4	3	4	5	16.00	4.00
85	5	5	5	4	19.00	4.75
86	5	3	4	4	16.00	4.00

No. Res	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
87	3	3	4	4	14.00	3.50
88	3	3	3	2	11.00	2.75
89	2	2	3	2	9.00	2.25
90	5	5	5	5	20.00	5.00
91	3	2	2	2	9.00	2.25
92	3	2	3	3	11.00	2.75
93	4	3	4	3	14.00	3.50
94	4	5	5	5	19.00	4.75
95	5	4	4	5	18.00	4.50
96	3	5	3	3	14.00	3.50
97	4	3	4	3	14.00	3.50
98	3	4	3	3	13.00	3.25
99	3	2	2	2	9.00	2.25
100	4	4	4	4	16.00	4.00

Customer Loyalty/ Loyalitas Pelanggan (Y)

No. Res	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Jumlah	Rata-rata
1	2	2	3	3	2	2	14.00	2.33
2	4	2	2	2	4	4	18.00	3.00
3	3	4	3	3	3	4	20.00	3.33
4	4	3	4	4	3	5	23.00	3.83
5	5	4	4	5	4	4	26.00	4.33
6	4	5	5	5	3	3	25.00	4.17
7	3	4	4	3	4	4	22.00	3.67
8	2	2	2	3	2	2	13.00	2.17
9	3	3	3	2	2	3	16.00	2.67
10	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
11	2	2	2	2	2	3	13.00	2.17
12	2	4	2	4	2	3	17.00	2.83
13	3	4	4	3	4	4	22.00	3.67
14	5	4	3	3	5	4	24.00	4.00
15	4	4	4	5	4	4	25.00	4.17
16	3	4	3	3	5	4	22.00	3.67
17	4	3	3	3	4	4	21.00	3.50
18	2	2	4	3	4	2	17.00	2.83
19	3	3	3	3	3	2	17.00	2.83
20	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
21	3	3	2	3	2	3	16.00	2.67
22	3	2	4	2	2	2	15.00	2.50
23	3	3	4	4	4	3	21.00	3.50
24	5	3	5	5	3	5	26.00	4.33
25	4	4	5	5	5	5	28.00	4.67
26	3	3	5	3	5	3	22.00	3.67
27	3	3	3	4	4	3	20.00	3.33
28	4	2	3	4	4	3	20.00	3.33

No. Res	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Jumlah	Rata-rata
29	2	2	3	2	3	3	15.00	2.50
30	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
31	3	2	2	3	3	3	16.00	2.67
32	4	2	3	2	4	2	17.00	2.83
33	4	3	3	4	3	4	21.00	3.50
34	3	4	5	5	5	4	26.00	4.33
35	5	4	5	4	4	5	27.00	4.50
36	5	5	3	4	4	5	26.00	4.33
37	4	3	3	4	4	3	21.00	3.50
38	3	2	3	4	3	3	18.00	3.00
39	3	3	2	3	2	3	16.00	2.67
40	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
41	2	2	2	2	3	3	14.00	2.33
42	2	3	3	2	4	4	18.00	3.00
43	3	4	4	3	4	4	22.00	3.67
44	4	4	4	5	4	4	25.00	4.17
45	5	5	4	5	4	4	27.00	4.50
46	3	3	4	5	5	4	24.00	4.00
47	4	3	3	3	4	3	20.00	3.33
48	4	3	2	2	2	3	16.00	2.67
49	3	2	3	3	3	2	16.00	2.67
50	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
51	2	3	3	2	2	3	15.00	2.50
52	3	2	4	4	4	2	19.00	3.17
53	3	3	4	3	3	4	20.00	3.33
54	3	4	4	3	3	3	20.00	3.33
55	4	5	5	5	4	5	28.00	4.67
56	4	5	3	5	4	3	24.00	4.00
57	4	4	3	3	4	3	21.00	3.50

No. Res	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Jumlah	Rata-rata
58	2	3	3	4	4	4	20.00	3.33
59	2	2	2	3	2	3	14.00	2.33
60	5	5	5	5	5	5	30.00	5.00
61	2	3	3	2	3	2	15.00	2.50
62	3	3	2	3	4	3	18.00	3.00
63	4	3	4	4	3	4	22.00	3.67
64	3	5	5	3	3	4	23.00	3.83
65	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
66	5	5	4	4	3	3	24.00	4.00
67	4	4	3	3	3	4	21.00	3.50
68	4	2	3	3	3	4	19.00	3.17
69	3	3	3	2	3	2	16.00	2.67
70	4	4	4	4	4	4	24.00	4.00
71	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
72	2	2	3	3	3	2	15.00	2.50
73	4	3	4	3	4	3	21.00	3.50
74	4	5	4	4	3	3	23.00	3.83
75	5	4	4	4	5	5	27.00	4.50
76	4	3	4	5	4	4	24.00	4.00
77	4	4	4	3	3	4	22.00	3.67
78	2	2	4	3	2	4	17.00	2.83
79	2	3	2	3	2	2	14.00	2.33
80	3	3	3	3	3	3	18.00	3.00
81	2	2	2	2	3	2	13.00	2.17
82	4	2	2	4	4	4	20.00	3.33
83	3	3	3	4	3	4	20.00	3.33
84	3	4	4	3	4	4	22.00	3.67
85	5	4	4	4	5	5	27.00	4.50
86	4	4	5	3	3	3	22.00	3.67

Hasil Olah Data SPSS

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Customer Loyalty	20.4600	4.38643	100
Sense	36.2600	4.99418	100
Feel	20.4500	4.59551	100
Think	21.9400	5.40636	100
Act	20.6000	4.24502	100
Relate	13.7100	3.21076	100

Correlations

		Customer Loyalty	Sense	Feel	Think	Act	Relate
Pearson Correlation	Customer Loyalty	1.000	0.885	0.907	0.750	0.917	0.899
	Sense	0.885	1.000	0.803	0.658	0.826	0.758
	Feel	0.907	0.803	1.000	0.633	0.889	0.863
	Think	0.750	0.658	0.633	1.000	0.665	0.659
	Act	0.917	0.826	0.889	0.665	1.000	0.880
	Relate	0.899	0.758	0.863	0.659	0.880	1.000
	Sig. (1-tailed)	Customer Loyalty		0.000	0.000	0.000	0.000
Sense		0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
Feel		0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
Think		0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
Act		0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
Relate		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
N		Customer Loyalty	100	100	100	100	100
	Sense	100	100	100	100	100	100
	Feel	100	100	100	100	100	100
	Think	100	100	100	100	100	100
	Act	100	100	100	100	100	100
	Relate	100	100	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Relate, Think, Sense, Feel, Act ^b		Enter

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 ^a	0.940	0.937	1.09908	2.209

a. Predictors: (Constant), Relate, Think, Sense, Feel, Act

b. Dependent Variable: Customer Loyalty

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1791.290	5	358.258	296.577	.000 ^b
	Residual	113.550	94	1.208		
	Total	1904.840	99			

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

b. Predictors: (Constant), Relate, Think, Sense, Feel, Act

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.725	0.853		-4.368	0.000		
	Sense	0.246	0.042	0.280	5.859	0.000	0.279	3.590
	Feel	0.215	0.058	0.225	3.693	0.000	0.171	5.852
	Think	0.120	0.029	0.148	4.175	0.000	0.502	1.991
	Act	0.182	0.070	0.176	2.605	0.011	0.139	7.219
	Relate	0.328	0.079	0.240	4.139	0.000	0.188	5.307

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Collinearity Diagnostics^a

Model		Eigenvalue			Condition					
		e	Index	(Constant)	Sense	Feel	Think	Act	Relate	
1	1	5.925	1.000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	2	0.035	12.995	0.31	0.01	0.02	0.04	0.01	0.04	
	3	0.024	15.587	0.00	0.00	0.03	0.91	0.01	0.03	
	4	0.007	28.847	0.09	0.05	0.32	0.00	0.02	0.79	
	5	0.005	34.965	0.21	0.16	0.62	0.03	0.46	0.02	
	6	0.004	40.620	0.39	0.78	0.00	0.02	0.50	0.12	

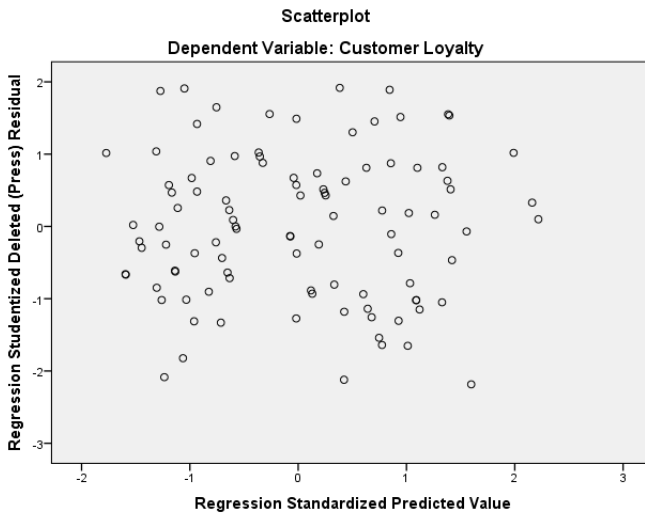
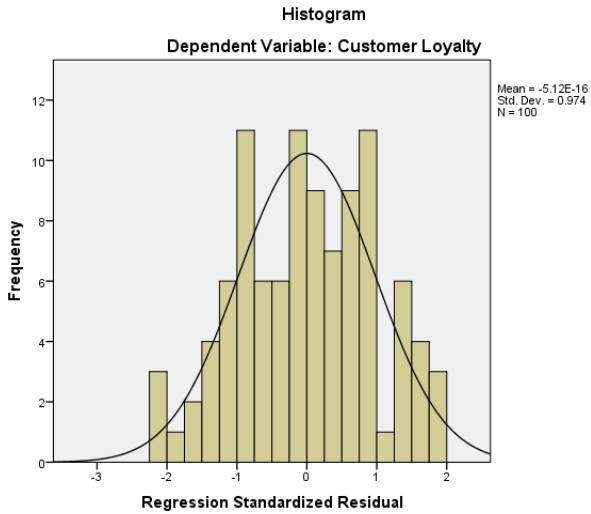
a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Residuals Statistics^a

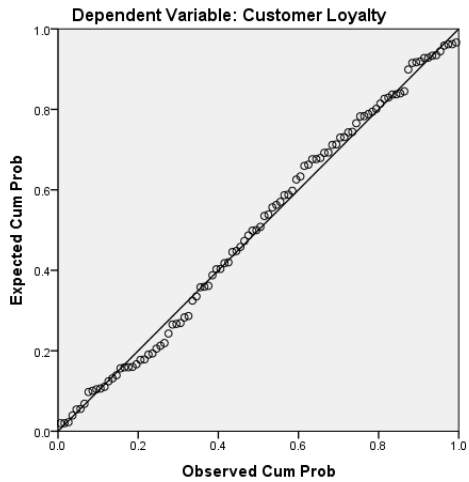
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12.9193	29.8935	20.4600	4.25369	100
Std. Predicted Value	-1.773	2.218	0.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	0.143	0.443	0.261	0.065	100
Adjusted Predicted Value	12.8478	29.8863	20.4547	4.24477	100
Residual	-2.25959	2.00964	0.00000	1.07097	100
Std. Residual	-2.056	1.828	0.000	0.974	100
Residual Stud.	-2.142	1.890	0.002	1.006	100
Deleted Residual	-2.45597	2.26297	0.00527	1.14124	100
Deleted Residual Stud.	-2.185	1.917	0.002	1.012	100
Deleted Residual Mahal. Distance	0.692	15.122	4.950	3.077	100
Cook's Distance	0.000	0.111	0.011	0.017	100
Centered Leverage Value	0.007	0.153	0.050	0.031	100

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Npar Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardi zed Residual
N		100
Normal	Mean	0.0000000
Parameter	Std.	1.07096596
s ^{a,b}	Deviation	
Most	Absolute	0.057
Extreme	Positive	0.057
Difference	Negative	-0.054
Test Statistic		0.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Sense
X1.1	Pearson	1										
	Correlation		-0.062	.547**	.474**	.612**	-0.003	.565**	.581**	-0.059	0.006	.695**
	Sig. (2-tailed)		0.540	0.000	0.000	0.000	0.980	0.000	0.000	0.557	0.955	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson	-0.062	1									
	Correlation			-0.085	0.021	-0.133	.497**	0.112	0.033	.483**	.330**	.334**
	Sig. (2-tailed)	0.540		0.399	0.832	0.187	0.000	0.269	0.741	0.000	0.001	0.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson	.547**	-0.085	1								
	Correlation				.568**	.521**	-0.015	.421**	.544**	0.058	0.014	.675**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.399		0.000	0.000	0.882	0.000	0.000	0.568	0.894	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson	.474**	0.021	.568**	1							
	Correlation					.568**	0.027	.479**	.490**	-0.021	0.067	.687**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.832	0.000		0.000	0.793	0.000	0.000	0.836	0.508	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson	.612**	-0.133	.521**	.568**	1						
	Correlation						-0.039	.515**	.527**	-0.133	-0.036	.654**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.187	0.000	0.000		0.701	0.000	0.000	0.188	0.719	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson	-0.003	.497**	-0.015	0.027	-0.039	1					
	Correlation							0.097	0.096	.413**	.431**	.397**
	Sig. (2-tailed)	0.980	0.000	0.882	0.793	0.701		0.339	0.344	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson	.565**	0.112	.421**	.479**	.515**	0.097	1				
	Correlation								.500**	0.019	0.055	.695**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.269	0.000	0.000	0.000	0.339		0.000	0.851	0.588	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson	.581**	0.033	.544**	.490**	.527**	0.096	.500**	1			
	Correlation									0.123	0.127	.738**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.741	0.000	0.000	0.000	0.344	0.000		0.224	0.209	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson	-0.059	.483**	0.058	-0.021	-0.133	.413**	0.019	0.123	1		
	Correlation										.276**	.341**
	Sig. (2-tailed)	0.557	0.000	0.568	0.836	0.188	0.000	0.851	0.224		0.005	0.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson	0.006	.330**	0.014	0.067	-0.036	.431**	0.055	0.127	.276**	1	
	Correlation											.352**
	Sig. (2-tailed)	0.955	0.001	0.894	0.508	0.719	0.000	0.588	0.209	0.005		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sense	Pearson	.695**	.334**	.675**	.687**	.654**	.397**	.695**	.738**	.341**	.352**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Feel
X2.1	Pearson	1	.587**	.592**	.492**	.550**	.567**	.785**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson	.587**	1	.538**	.590**	.586**	.542**	.803**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson	.592**	.538**	1	.574**	.499**	.644**	.803**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson	.492**	.590**	.574**	1	.554**	.600**	.800**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson	.550**	.586**	.499**	.554**	1	.576**	.783**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson	.567**	.542**	.644**	.600**	.576**	1	.820**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Feel	Pearson	.785**	.803**	.803**	.800**	.783**	.820**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Think
X3.1	Pearson	1	.721**	.617**	.708**	.695**	.749**	.850**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson	.721**	1	.719**	.716**	.741**	.764**	.882**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson	.617**	.719**	1	.784**	.723**	.777**	.875**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson	.708**	.716**	.784**	1	.719**	.776**	.893**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson	.695**	.741**	.723**	.719**	1	.710**	.869**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson	.749**	.764**	.777**	.776**	.710**	1	.907**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Think	Pearson	.850**	.882**	.875**	.893**	.869**	.907**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Act
X4.1	Pearson	1	.508**	.480**	.618**	.555**	.514**	.787**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson	.508**	1	.418**	.527**	.460**	.595**	.766**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson	.480**	.418**	1	.421**	.587**	.427**	.728**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson	.618**	.527**	.421**	1	.500**	.555**	.784**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson	.555**	.460**	.587**	.500**	1	.458**	.770**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.6	Pearson	.514**	.595**	.427**	.555**	.458**	1	.774**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Act	Pearson	.787**	.766**	.728**	.784**	.770**	.774**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Relate
X5.1	Pearson	1	.561**	.625**	.689**	.839**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson	.561**	1	.630**	.651**	.836**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson	.625**	.630**	1	.667**	.853**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson	.689**	.651**	.667**	1	.884**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100
Relate	Pearson	.839**	.836**	.853**	.884**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Customer Loyalty
Y1.1	Pearson	1	.547**	.474**	.612**	.565**	.581**	.812**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson	.547**	1	.568**	.521**	.421**	.544**	.772**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson	.474**	.568**	1	.568**	.479**	.490**	.767**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson	.612**	.521**	.568**	1	.515**	.527**	.805**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson	.565**	.421**	.479**	.515**	1	.500**	.742**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson	.581**	.544**	.490**	.527**	.500**	1	.773**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Customer Loyalty	Pearson	.812**	.772**	.767**	.805**	.742**	.773**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale : Sense

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach'

s Alpha	N of Items
0.767	10

Scale : Feel

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach'

s Alpha	N of Items
0.887	6

Scale : Think

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach'

s Alpha	N of Items
0.941	6

Scale : Act

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach'

s Alpha	N of Items
0.860	6

Scale : Relate

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach'

s Alpha	N of Items
0.875	4

Scale : Customer Loyalty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach'

s Alpha	N of Items
0.870	6

Frequency Table**Statistics**

		Kelamin	Umur	Pendidikan	Penghasilan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	38	38.0	38.0	38.0
	Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 45 tah	3	3.0	3.0	3.0
	17 - 25	52	52.0	52.0	55.0
	26 - 35	38	38.0	38.0	93.0
	36 - 45	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lain-lain	6	6.0	6.0	6.0
	Pegawai Negeri	17	17.0	17.0	23.0
	Pegawai Swasta	40	40.0	40.0	63.0
	Pelajar/ Mahasiswa	24	24.0	24.0	87.0
	Wiraswasta	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	15	15.0	15.0	15.0
	Sarjana	47	47.0	47.0	62.0
	SMA	26	26.0	26.0	88.0
	SMP	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2.000.000	23	23.0	23.0	23.0
	> R 6.000.000	8	8.0	8.0	31.0
	Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000	42	42.0	42.0	73.0
	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	33	33.0	33.0	47.0
	3.00	32	32.0	32.0	79.0
	2.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	29	29.0	29.0	29.0
	4.00	49	49.0	49.0	78.0
	3.00	21	21.0	21.0	99.0
	2.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X1.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	12	12.0	12.0	12.0
	4.00	30	30.0	30.0	42.0
	3.00	36	36.0	36.0	78.0
	2.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X1.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	32	32.0	32.0	46.0
	3.00	36	36.0	36.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X1.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	17	17.0	17.0	17.0
	4.00	25	25.0	25.0	42.0
	3.00	40	40.0	40.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

X1.6						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	5.00	22	22.0	22.0	22.0	22.0
	4.00	50	50.0	50.0	72.0	72.0
	3.00	22	22.0	22.0	94.0	94.0
	2.00	6	6.0	6.0	100.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.7						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	5.00	11	11.0	11.0	11.0	11.0
	4.00	39	39.0	39.0	50.0	50.0
	3.00	32	32.0	32.0	82.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.8						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	5.00	11	11.0	11.0	11.0	11.0
	4.00	40	40.0	40.0	51.0	51.0
	3.00	35	35.0	35.0	86.0	86.0
	2.00	14	14.0	14.0	100.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.9						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	5.00	24	24.0	24.0	24.0	24.0
	4.00	51	51.0	51.0	75.0	75.0
	3.00	18	18.0	18.0	93.0	93.0
	2.00	7	7.0	7.0	100.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0		

X1.10						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	5.00	21	21.0	21.0	21.0	21.0
	4.00	54	54.0	54.0	75.0	75.0
	3.00	23	23.0	23.0	98.0	98.0
	2.00	2	2.0	2.0	100.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0		

Frequency Table

		X2.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	10	10.0	10.0	10.0
	4.00	33	33.0	33.0	43.0
	3.00	37	37.0	37.0	80.0
	2.00	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	18	18.0	18.0	18.0
	4.00	30	30.0	30.0	48.0
	3.00	35	35.0	35.0	83.0
	2.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	20	20.0	20.0	20.0
	4.00	24	24.0	24.0	44.0
	3.00	43	43.0	43.0	87.0
	2.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	17	17.0	17.0	17.0
	4.00	25	25.0	25.0	42.0
	3.00	37	37.0	37.0	79.0
	2.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	28	28.0	28.0	42.0
	3.00	41	41.0	41.0	83.0
	2.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	28	28.0	28.0	42.0
	3.00	37	37.0	37.0	79.0
	2.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

		X3.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	23	23.0	23.0	23.0
	4.00	36	36.0	36.0	59.0
	3.00	28	28.0	28.0	87.0
	2.00	12	12.0	12.0	99.0
	1.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X3.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	26	26.0	26.0	26.0
	4.00	30	30.0	30.0	56.0
	3.00	31	31.0	31.0	87.0
	2.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X3.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	18	18.0	18.0	18.0
	4.00	41	41.0	41.0	59.0
	3.00	23	23.0	23.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X3.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	21	21.0	21.0	21.0
	4.00	35	35.0	35.0	56.0
	3.00	28	28.0	28.0	84.0
	2.00	13	13.0	13.0	97.0
	1.00	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X3.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	26	26.0	26.0	26.0
	4.00	33	33.0	33.0	59.0
	3.00	27	27.0	27.0	86.0
	2.00	13	13.0	13.0	99.0
	1.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X3.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	29	29.0	29.0	29.0
	4.00	28	28.0	28.0	57.0
	3.00	29	29.0	29.0	86.0
	2.00	12	12.0	12.0	98.0
	1.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

		X4.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	9	9.0	9.0	9.0
	4.00	34	34.0	34.0	43.0
	3.00	44	44.0	44.0	87.0
	2.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X4.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	15	15.0	15.0	15.0
	4.00	37	37.0	37.0	52.0
	3.00	30	30.0	30.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X4.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	17	17.0	17.0	17.0
	4.00	29	29.0	29.0	46.0
	3.00	37	37.0	37.0	83.0
	2.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X4.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	13	13.0	13.0	13.0
	4.00	28	28.0	28.0	41.0
	3.00	41	41.0	41.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X4.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	15	15.0	15.0	15.0
	4.00	29	29.0	29.0	44.0
	3.00	43	43.0	43.0	87.0
	2.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X4.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	34	34.0	34.0	48.0
	3.00	34	34.0	34.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

		X5.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	31	31.0	31.0	45.0
	3.00	40	40.0	40.0	85.0
	2.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X5.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	13	13.0	13.0	13.0
	4.00	30	30.0	30.0	43.0
	3.00	35	35.0	35.0	78.0
	2.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X5.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	12	12.0	12.0	12.0
	4.00	37	37.0	37.0	49.0
	3.00	34	34.0	34.0	83.0
	2.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X5.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	16	16.0	16.0	16.0
	4.00	35	35.0	35.0	51.0
	3.00	31	31.0	31.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

		Y1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	33	33.0	33.0	47.0
	3.00	32	32.0	32.0	79.0
	2.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	12	12.0	12.0	12.0
	4.00	30	30.0	30.0	42.0
	3.00	36	36.0	36.0	78.0
	2.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y1.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	32	32.0	32.0	46.0
	3.00	36	36.0	36.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y1.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	17	17.0	17.0	17.0
	4.00	25	25.0	25.0	42.0
	3.00	40	40.0	40.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y1.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	11	11.0	11.0	11.0
	4.00	39	39.0	39.0	50.0
	3.00	32	32.0	32.0	82.0
	2.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y1.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	11	11.0	11.0	11.0
	4.00	40	40.0	40.0	51.0
	3.00	35	35.0	35.0	86.0
	2.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

